

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah menjelaskan dan menguji hubungan antara tingkat kompetisi pasar produk terhadap cakupan analisis pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia kecuali perusahaan di sektor keuangan. Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari laporan keuangan tahunan yang telah diaudit periode 2010-2016, database ORBIS, dan data analyst coverage perusahaan yang tercantum dalam halaman website resmi setiap perusahaan. Aplikasi olah data yang digunakan dalam penelitian ini adalah STATA 14 dan uji yang digunakan diantaranya uji statistik deskriptif, uji korelasi *pearson's*, dan uji regresi ordinary least square (OLS). Hasil penelitian menunjukkan tingkat kompetisi pasar produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap cakupan analisis.

Kata Kunci: cakupan analisis, tingkat kompetisi pasar produk

ABSTRACT

The purpose of this study is to explain and examine the relationship between the product market competition and the analyst coverage at companies listed on the Indonesia Stock Exchange except companies in the financial sector. The data used in this study is sourced from the annual financial statements that have been audited 2010-2016 period, ORBIS database, and analyst coverage company database listed on the official website page of each company. Data processing applications used in this study are STATA 14 and test used include descriptive statistical test, pearson's correlation test, and ordinary least square regression test (OLS). The results showed that the product market competition had a positive and significant effect on the analyst coverage.

Keywords: analyst coverage, product market competition